

5. Сделать сайт компании: современный дизайн, различные картинки, анимации, яркие, выразительные и остающиеся в памяти тексты – все это сделает сайт привлекательным для покупателей.

Расходы на производство

Ежемесячные расходы:

1. Сырье и материалы – 658000 руб.
2. Коммунальные затраты – 10000 руб.
3. Заработная оплата сотрудников – 234 092 руб.
4. Расходы на производственные потребности (39 % с ФОТ) – 91296 руб.
5. Аренда сооружения, а также текущая ремонтная деятельность – 40 000 руб.
6. Цеховые расходы (от ФОТ 50 %) – 118000 руб.
7. Потери от брака (от цеховых расходов 4,5 % – 5310 руб.
8. Внепроизводственные затраты (от цеховых расходов 5%) – 5900 руб.
9. Амортизация – 10 000 руб.

Итого прямых расходов (п/п 1-5) – 1 033 888 руб.

Итого дополнительных затрат (п/п 6-9) – 139210 руб.

Размер месячного ФОТ сотрудников = 234092 руб.:

- 1) основной ФОТ – 160000 руб.;
- 2) дополнительный ФОТ – 12000 руб.;
- 3) налоги на ФОТ (36,1%) – 62092 руб.

Сырьем с целью производства ГП в размере 100 штук по 0.2 л/уп. считаются следующие элементы:

концентрат – 640000 руб.;

материалы на упаковку – 15 000 руб.;

картонные коробки – 3500 руб.

Плановая себестоимость (прямые + косвенные затраты) = 1 033 888 руб. + 139 210 руб. = 1 173 098 руб.

Абсолютная себестоимость ГП = плановая себестоимость + плановый доход (20 % себестоимости) + налог с дохода (15 % дохода) = 1 033 888 руб. + 234 620 руб. + 35 193 руб. = 1 303 701 руб.

Себестоимость переработки (плановая себестоимость за вычетом затрат на материалы) = 1 303 701 руб. – 658 500 руб. = 645 201 руб.

Себестоимость продукта = 645 201 руб./ 20000 литров /100 рублей = 32 коп.

Установим среднерыночную стоимость 1 упаковки сока.

Тогда стоимость с учетом себестоимости и наценки 100 % будет равняться:

Ц роз. = 32 коп. * 2 = 64 коп.

Заключение. Подытоживая результаты, можно сформулировать следующие рекомендации производителям соков: чтобы обеспечить гарантированный сбыт произведенной продукции, необходимо провести исследование маркетинговой стратегии, товарной и ценовой политики, исследование политики сбыта и рекламных кампаний, а также провести анализ рынка и конкурентов. Для улучшения рекламы продукции рекомендуется устанавливать информационные щиты, уделять внимание оформлению торговых объектов, а также сделать сайт компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Производство соков: описание технологии изготовления [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://moybiznes.org/proizvodstvo-sokov>. Дата доступа: 15.01.2020

2. Производство восстановленного сока [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://mylektsii.ru/12-11469.html>.

3. Выработка рекомендаций по совершенствованию коммерческой деятельности и выявление резервов повышения ее эффективности [Электронный документ]. – Режим доступа: https://studbooks.net/823578/marketing/vyrabotka_rekomendatsiy_po_overshenstvovaniyu_kommercheskoy_deyatelnosti_i_vyyavlenie_rezervov_povysheniya_ee_effektivnosti.

4. Организация производства яблочного сока прямого отжима – фруктовый и прибыльный бизнес. [Электронный документ]. – Режим доступа: https://vproizvodstvo.ru/idei/organizaciya_proizvodstva_yablochnogo_soka/.

УДК 339.9

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ САЙТА TWITCH В КАЧЕСТВЕ РЕКЛАМНОЙ ПЛОЩАДКИ

*А.Д. Баранов, студент группы 10504117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А.В. Азаренко*

Резюме – В научной работе рассматривается сайт twitch.tv в качестве площадки для размещения различных видов рекламы с целью продвижения продукции. Рассмотрены способы размещения рекламы на сайте «Twitch». Приведены примеры компаний, которые использовали данную площадку для размещения рекламы. Приводится цена рекламы в зависимости от её видов.

Resume - The twitch.tv website is considered as a platform for various types of advertising to promote products. The methods of advertising placement on the site Twitch are considered. Examples of companies that used this platform for advertising are given. The price of advertising is given depending on its types.

Введение. В последнее время благодаря развитию информационных технологий в качестве рекламы все большую популярность приобретает сайт twitch.tv, который представляет собой портал для показа различных видеороликов. Обычно, на сайте проходят прямые трансляции видеоигр, спортивных мероприятий, а также демонстрации киберспортивных состязаний и турниров, которые могут проводить различные организации или любой человек, который имеет персональный компьютер и интернет. На данном сайте можно просматривать видео как в реальном времени, так и по запросу, например, предоставляется возможность просмотра трансляций, которые проходили в прошлом месяце. Сайт twitch.tv является видеостриминговым сервисом. Кроме основной тематики видеосервиса, тут также можно смотреть трансляции и видео на другие темы. Сайт очень популярен в мировом масштабе и имеет большую аудиторию, что в свою очередь очень хорошо отражается на эффективности размещения рекламы.

Основная часть. Рекламу на сайте «Twitch» можно подразделить на следующие виды которые представлены на рисунке 1.

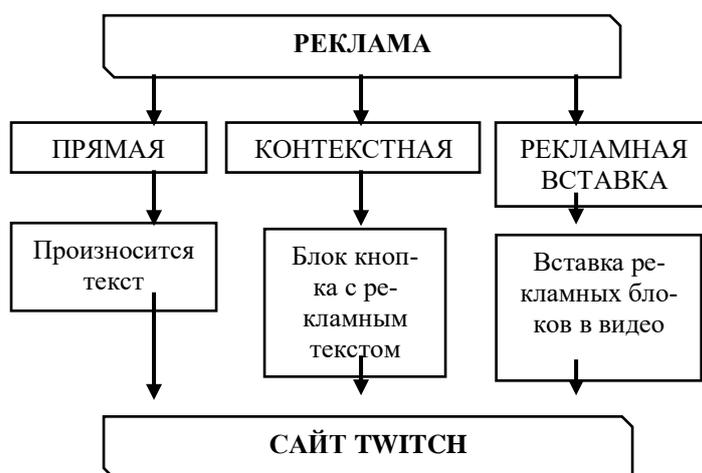


Рисунок 1 – Схема рекламы на сайте «Twitch»

Источник: собственная разработка

Реклама включает в себя три вида: прямая, контекстная и рекламная вставка. Далее более подробно рассмотрим каждый вид рекламы на сайте.

Прямая реклама. При данном виде рекламы оплата производится стримеру, который является наиболее популярным. Стример произносит текст о вашем товаре или игре в каком-либо месте своей трансляции. Положительным моментом данного вида рекламы является то, что зрителю не приходится отрываться от просмотра прямой трансляции. Минусом является невозможность контролировать, что сказал человек проводящий прямые трансляции [1].

Контекстная реклама. Данная реклама представляет собой встроенный контент в прямую трансляцию. Текст рекламы появляется во время просмотра видео в виде небольшой блок-кнопки. Однако встроенная реклама имеет некоторые недостатки. Пользователи, имеющие AdBlock, который представляет собой расширение для браузера, могут отключить всю рекламу практически на любом сайте, что не позволит зрителю увидеть рекламу на сайте «Twitch» и стример не сможет получить свои денежные средства. Кроме того, только владельцы каналов, которые заключили договор с сайтом-рекламодателем, смогут получить денежные средств [1].

Рекламная вставка. Суть рекламной вставки заключается в том, что во время трансляции видео происходит вставка рекламного блока. Положительные стороны данного вида рекламы в том, что владелец канала может включать ее по мере желания заказчика. Однако этот вид рекламы имеет следующие недостатки. Пользователи, которые блокируют рекламу, не смогут ее увидеть [1].

Какой из видов реклама выбрать зависит от целей рекламной организации. Прямую рекламу целесообразно использовать для увеличения охвата аудитории, ознакомления с брендом. При этом стример озвучивает рекламу и может добавить что-нибудь по своему усмотрению, что положительно скажется на доверии к представленному бренду и привлечет к нему покупателей.

При переходе по ссылке реклама работает через вставки и контекст, поскольку, с её помощью возможно добавлять на сайт ссылки.

При совмещении всех видов рекламы следует понимать, что она может стать очень навязчивой и оттолкнёт зрителей.

Данный вид рекламы приемлем для тех организаций, которые имеют возможность потратить большую сумму денежных средств, а также сил. Смысл организации – оказать спонсорское содействие какому-либо мероприятию на подобии TwitchCon (ежегодный съезд стримеров организованный администрацией Twitch) или создать свой канал и привлекать зрителей оригинальным контентом.

Успешные компании, которые занимают большой процент рынка в своем сегменте, решили попробовать рекламировать свой товар с помощью «Twitch», и почти все рекламные акции прошли успешно и принесли прибыль компаниям. Большим минусом являются затраты для проведения такого рода мероприятий, так как прямая реклама достаточно дорогая и необходима оригинальная идея, которая сможет зацепить зрителя.

Контекстная реклама. Ориентировочная стоимость данного вида рекламы на сайте согласно таблице 1 – равняется \$3,5 за 1000 просмотров. Пользователь сможет самостоятельно выбрать масштаб рекламной активности и выбрать необходимые объемы рекламы исходя из количества просмотров и аудитории при проведении прямой трансляции [3].

Рекламная вставка. Стоимость данного вида рекламы остается на уровне \$3 за 1000 просмотров, как и в контекстной рекламе. Сама реклама показывается во время прямой трансляции.

Данный вид рекламы больше всего подходит для людей которые связаны с видеоигровой индустрией, сервизами, а также продуктами и услугами в возрасте от 14 до 40 лет. Аудитория и реклама на сайте «Twitch» недооценена рекламодателями в настоящее время, что открывает большие возможности для экспериментов в маркетинге.

Рассмотрим способы размещения рекламы на стриминговом сервисе «Twitch». Существует 2 основных способа размещения рекламы на стриминговом сервисе «Twitch».

Суть первого способа заключается в том что, пользователь, проводящий прямые трансляции обращается напрямую к администрации сайта «Twitch» и договаривается о какой-нибудь конкретной рекламе, после чего человек проводящий прямые трансляции переводит деньги на электронный кошелек администрации сайта. В среднем цена за 1000 показов составляет около \$3,5, все оговаривается индивидуально. Второй способ подразумевает под собой то, что с пользователем, проводящим прямые трансляции, лично связывается организация, которая желает разместить свою рекламу на его канале в различном виде (например видеоролик или баннер) и переводит деньги на его электронный кошелек. В таком случае организация платит за размещение рекламы.

Заключение. Подводя итог, можно сказать, что сайт twitch.tv является недооцененным в качестве размещения различных видов рекламы, что дает большой простор маркетологам в размещении рекламы. Но у каждого вида рекламы на данном сайте есть свои плюсы и недостатки. Однако, стоит отметить, что данный сайт подойдет далеко не всем компаниям, которые захотят разместить рекламу своих продуктов. Например, хорошо размещать рекламу различной компьютерной периферии, чего нельзя сказать о размещении рекламы сельхозтехники, так как она будет абсолютно не интересна целевой аудитории сайта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Способы рекламы на твиче [Электронный ресурс] / Веб-сайт – Режим доступа: <https://ru.epicstars.com/tvich-reklama/> – Дата доступа: 25.12.2019.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филип Котлер ; пер. с англ. В. Б. Боброва ; общ. ред. и вступит. Статья Е. М. Пенковой. - М. : Прогресс, 2018. - 858 с.

3. Виды рекламы в интернете [Электронный ресурс] / Веб-сайт – Режим доступа: https://www.webcom-academy.by/help/articles/vidyi_internet_reklamy.html/ – Дата доступа: 25.12.2019.

УДК 339.9

«PP» И ЕГО РОЛЬ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

*А.Д. Баранов, студент группы 10504117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Е.А. Готовцева*

Резюме – В научной работе рассматривается понятие, а также развитие скрытой рекламы (product placement), ее виды. Приводятся конкретные примеры скрытой рекламы. В конце работы представлено заключение и список использованной литературы.

Resume – Scientific work deals with the concept, as well as the development of hidden advertising (product placement), its types. Specific examples of hidden advertising are given. At the end of the work is presented the conclusion and the list of used literature.

Введение. При просмотре фильмов очень часто можно увидеть различные продукты известных мировых брендов, которыми пользуется главный герой и другие герои фильма. Создается впечатление, что герою в кадре нужен именно этот продукт конкретного бренда. Такой прием называется product placement, или просто pp, что в переводе означает «Размещение продукции». Product Placement это своего рода вид скрытой рекламы, которая заключается в использовании героем любого продукта, в книгах, фильмах, компьютерных играх, tv передач, имеющего реальный аналог.